

INDICE

Introduzione

di *Vasco Boatto*

pag. 9

1. L'enoturismo e l'enoturista: lo stato dell'arte

di *Vasco Boatto e Federica Bianchin*

» 13

1. Introduzione

» 13

2. L'enoturista: lo stato dell'arte

» 16

3. Modelli di studio del comportamento dell'enoturista

» 20

2. L'enoturismo tra Vecchio e Nuovo Mondo

di *Luigi Galletto e Federica Bianchin*

» 24

1. Introduzione

» 24

2. L'enoturismo: differenze tra Vecchio e Nuovo Mondo

» 26

3. L'Italia

» 27

4. La Francia

» 31

5. Portogallo

» 33

6. La Spagna

» 34

7. Germania e Austria

» 34

8. I Paesi emergenti dell'Europa dell'Est

» 35

8.1. L'Ungheria

» 36

8.2. Altri Paesi dell'Europa Centro-Orientale
e del Mediterraneo

» 37

9. L'enoturismo nei Paesi del Nuovo Mondo Viticolo

» 39

10. L'Australia

» 39

11. La Nuova Zelanda

» 41

12. Il Sud Africa

» 43

13. Il Canada

» 45

14. Gli Stati Uniti

» 47

15. Il Sud America

» 51

16. Conclusioni

» 54

3. Il benchmarking nell'enoturismo	
di <i>Alejandro Juan Gennari, Luca Rossetto</i> e <i>Federica Bianchin</i>	pag. 58
1. Il benchmarking	» 58
2. Il benchmarking nell'enoturismo	» 59
3. Applicazione del benchmarking all'enoturismo mondiale: aspetti teorici	» 60
4. Applicazione del benchmarking all'enoturismo mondiale: aspetti applicativi	» 62
4.1. Natura ed efficacia delle iniziative legate all'enoturismo e ciclo di vita del fenomeno nei diversi Paesi	» 64
4.2. Elementi comuni ed elementi unici che hanno determinato lo sviluppo dell'enoturismo nelle diverse regioni	» 66
4.3. Best practices e strategie competitive da attuare	» 67
4. Enoturismo e ruolo della vendita diretta in provincia di Cuneo tra Langhe e Roero	
di <i>Luigi Castellani, Teresina Mancuso, Stefano Massaglia,</i> <i>Danielle Borra e Simonetta Mazzarino</i>	» 70
1. Introduzione	» 70
2. Metodologia di indagine	» 72
2.1. L'indagine sugli Organismi istituzionali per la valorizzazione e per la promozione dell'enoturismo	» 72
2.2. Metodologia di indagine impiegata presso le aziende vitivinicole e le cantine sociali	» 76
3. Caratteristiche dell'enoturismo nelle aree indagate	» 78
3.1. I risultati dell'indagine sugli Organismi istituzionali	» 78
3.2. Risultati relativi all'indagine effettuata presso le Aziende Vitivinicole e le Cantine Sociali	» 91
4. Conclusioni	» 102
5. Lo sviluppo del sistema enoturistico in Campania	
di <i>Luigi Cembalo, Alfonso Piscitelli, Eugenio Pomarici</i> e <i>Roberta Sardone</i>	» 106
1. Introduzione	» 106
2. Strade del Vino in Campania: analisi del sistema delle imprese	» 109
2.1. L'indagine sull'offerta e la metodologia impiegata	» 109

2.2. Le principali caratteristiche delle imprese enoturistiche campane	pag. 109
2.3. Aspettative e vincoli percepiti dalle aziende rispetto alla SDV	» 113
3. Gli enoturisti in Campania e la loro soddisfazione: un'analisi esplorativa	» 118
3.1. Il metodo di indagine	» 118
3.2. Caratterizzazione degli enoturisti studiati	» 119
3.3. Soddisfazione rispetto ai servizi enoturistici offerti dalle cantine campane	» 121
4. Evoluzione del sistema delle SDV e questioni ancora aperte	» 124
6. L'enoturismo nel Distretto del Prosecco DOCG di Conegliano Valdobbiadene	
di <i>Luigi Galletto, Luigino Barisan e Stefano Scaggiante</i>	» 130
1. Introduzione	» 130
2. Il turismo nella provincia di Treviso	» 132
3. L'enoturismo nel Veneto e nella provincia di Treviso	» 135
4. Il turismo del vino nel distretto del Prosecco DOCG di Conegliano Valdobbiadene: la domanda enoturistica	» 137
5. La Strada del Prosecco e dei vini dei Colli di Conegliano e Valdobbiadene	» 141
6. Il turismo del vino nel distretto del Prosecco DOCG di Conegliano Valdobbiadene: l'offerta enoturistica	» 143
7. Gli attori del turismo del vino nel distretto del Prosecco DOCG di Conegliano Valdobbiadene	» 144
8. Conclusioni	» 146
7. Analisi dell'enoturismo in Argentina	
di <i>Alejandro Juan Gennari, Patricia Winter, David Martin, Paula Eisenchlas, Vanina Ciardullo e Hector Smud</i>	» 149
1. La vitivinicoltura argentina	» 149
2. L'Enoturismo a Mendoza e in Argentina	» 155
3. L'offerta enoturistica	» 158
4. Analisi comparativa dell'offerta enoturistica delle regioni vitivinicole	» 174
4.1. Delimitazione geografica dello studio	» 174
5. Metodologia	» 188
5.1. Fonti di dati: primarie e secondarie	» 189
5.2. Unità di osservazione	» 189

5.3. Strumento di raccolta dati	pag. 189
5.4. Tecniche di analisi dei dati	» 191
6. Principali risultati	» 191
6.1. Caratterizzazione della struttura vitivinicola delle cantine	» 192
6.2. Caratterizzazione della struttura enoturistica delle cantine	» 194
6.3. Caratterizzazione dei servizi enoturistici offerti dalle cantine	» 196
6.4. Analisi dei dati con metodologia multivariata. Tecnica del clustering	» 199
7. Conclusioni	» 208
8. Analisi SWOT sullo sviluppo dell'enoturismo nelle diverse aree geografiche analizzate e sull'applicazione della tecnica del Benchmarking all'enoturismo	
di <i>Vasco Boatto, Stefano Scaggiante e Renato Fucito</i>	» 211
1. Sullo sviluppo dell'enoturismo	» 211
1.1. Paesi del Vecchio Continente	» 211
1.2. Italia	» 213
1.3. Campania	» 214
1.4. Zona Prosecco	» 215
1.5. Francia	» 216
1.6. Portogallo	» 217
1.7. Spagna	» 218
1.8. Germania e Austria	» 218
1.9. Paesi dell'Est	» 219
1.10. Paesi del Nuovo Continente (Australia, Nuova Zelanda, Sud Africa, Stati Uniti e Canada, Argentina-America Latina)	» 220
1.11. Australia	» 221
1.12. Nuova Zelanda	» 221
1.13. Sud Africa	» 222
1.14. Canada	» 223
1.15. Stati Uniti	» 224
1.16. America Latina	» 224
1.17. Provincia di Mendoza (Argentina)	» 225
2. Sullo studio del benchmarking	» 226
Conclusioni	
di <i>Luigi Galletto</i>	» 229